

**PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF DENGAN EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PELANGGAN ALFAMIDI DI KOTA PALU**



Oleh :

Ferens Tamara

170323316

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

Skripsi

**PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN
IMPLUSIF DENGAN EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PELANGGAN ALFAMIDI DI KOTA PALU**



Disusun oleh:

Ferens Tamara

170323316

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Jarot Priyogutomo'.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 1147/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 8 Oktober 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. | (Ketua Penguji) |
| 2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. | (Anggota) |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Ferens Tamara

NPM : 170323316

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Ferens Tamara telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
DENGAN EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PELANGGAN
ALFAMIDI DI KOTA PALU**

Benar-benar hasil karya dari diri saya sendiri. Segala bentuk pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari ide orang lain dinyatakan secara tertulis ke dalam daftar pustaka. Apabila di masa yang akan datang terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian maupun keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 27 Oktober 2021



Ferens Tamara

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Manajemen ini yang berjudul “Pengaruh potongan harga terhadap pembelian implusif dengan emosi positif sebagai variabel mediasi pelanggan Alfamidi di Kota Palu”. Sebagai pemenuhan persyaratan tugas akhir untuk menyelesaikan studi S1 Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Adapun proses penyusunan skripsi penulis mendapat dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih Kepada:

1. Tuhan yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, ketabahan yang selalu ada bagi penulis, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan serta ide saran bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Keluarga tercinta, yang selalu mengasihi, membimbing, mendidik, dan mendoakan yang terbaik bagi penulis. Terima kasih telah menjadi keluarga yang luar biasa sehingga membuat penulis termotivasi untuk menjadi orang sukses.

4. Teman-teman yang sudah membantu dan memberikan segala dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki penulis.
5. Kepada seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan materi serta mengajar selama proses perkuliahan.
6. Indrajati Aulian W yang telah meluangkan waktunya untuk menemani penulis di saat suka maupun duka.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas segala bantuan untuk memudahkan penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi dapat memberikan gambaran, dan memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Maka dari itu, saran dan kritik yang dapat membangun akan saya terima untuk dapat menyempurnakan skripsi.

MOTTO

“BRAVE YOUR SELF AND DO THE BEST”



PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Tuhan Yang Maha Esa

Bapak, Ibu, Kakak

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Potongan Harga (<i>Price Discount</i>).....	9
2.1.2 Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>)	12
2.1.3 Emosi Positif.....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya	19
2.3 Model Riset	23

2.4	Pengembangan Hipotesis	24
BAB III	METODE PENELITIAN	26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Objek Penelitian	26
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.4	Metode Pengambilan Sampel	27
3.5	Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Definisi Operasional	29
3.7	Instrumen Penelitian	31
3.8	Metode Analisis Data	32
3.8.1	Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	32
3.8.2	Uji Instrumen	33
3.8.3	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.8.4	Uji Sobel	36
3.8.5	Analisis Regresi Variabel Mediasi	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Karakteristik Responden	42
4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	44
4.2.1	Potongan Harga (X_1)	44
4.2.2	Emosi Positif (M)	45
4.2.3	Pembelian Impulsif (Y)	47
4.3	Uji Jalur Langsung (Uji Regresi Linear Berganda)	49
4.3.1	Pengaruh Potongan Harga dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif	49
4.4	Uji Jalur Langsung (Uji Regresi Linear Sederhana)	53
4.4.1	Pengaruh Potongan Harga Terhadap Emosi Positif	53
4.5	Uji Jalur Tidak Langsung (Uji Sobel)	55

4.6	Pembahasan.....	58
4.6.1	Pengaruh Langsung Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pelanggan Alfamidi di Kota Palu	58
4.6.2	Pengaruh Langsung Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif Pelanggan Alfamidi di Kota Palu	59
4.6.3	Pengaruh Langsung Potongan Harga Terhadap Emosi Positif Pelanggan Alfamidi di Kota Palu	60
4.6.4	Pengaruh Emosi Positif Dalam Memediasi Efek Potongan Harga Secara Tidak Langsung Terhadap Pembelian Impulsif Pelanggan Alfamidi di Kota Palu	61
BAB V	PENUTUP.....	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Implikasi Manajerial	64
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	65
5.4	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Skor Skala Likert	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 3.5 Dasar Interpretasi Rata-Rata	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	42
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Potongan Harga (X_1)	44
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Emosi Positif (M)	46
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembelian Impulsif (Y)	48
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Potongan Harga dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif.....	50
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Potongan Harga Terhadap Emosi Positif	53
Tabel 4.7 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh	55
Tabel 4.8 Hasil <i>Standardized Coefficients</i>	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Hipotesis	23
Gambar 3.1 Model Regresi Tanpa Variabel Mediasi.....	39
Gambar 3.2 Model Regresi Melalui Variabel Mediasi	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Sobel Test	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Tabulasi Data Penelitian

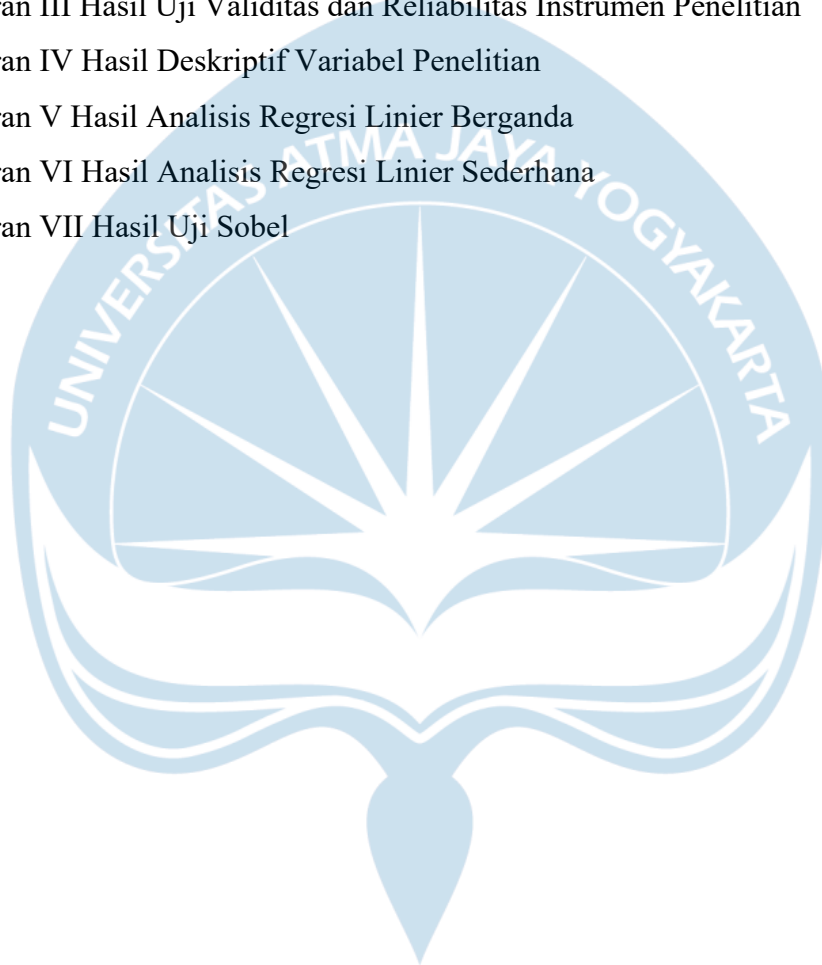
Lampiran III Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Lampiran IV Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

Lampiran V Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran VI Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Lampiran VII Hasil Uji Sobel



**“PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF DENGAN EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PELANGGAN ALFAMIDI DI KOTA PALU”**

Disusun oleh:

Ferens Tamara

NPM: 170323316

Pembimbing:

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah potongan harga berpengaruh langsung terhadap pembelian impulsif, untuk mengetahui apakah emosi positif berpengaruh langsung terhadap pembelian impulsif, untuk mengetahui apakah potongan harga berpengaruh langsung terhadap emosi positif, untuk mengetahui apakah peran emosi positif dalam memediasi potongan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap pembelian impulsif. Alfamidi sebagai perusahaan ritel sebenarnya sudah memperhatikan strategi pemasaran yang diberikan untuk menarik konsumen berbelanja di Alfamidi. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online yang diisi oleh pelanggan yang pernah mengunjungi alfamidi di Kota Palu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dimana peneliti mengumpulkan data melalui data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner secara online. Data sekunder diperoleh peneliti dari berita-berita maupun studi pustaka, artikel ataupun media lainnya yang membahas tentang penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh menunjukkan bahwa Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, Emosi positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap emosi positif dan Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif dengan emosi positif sebagai variabel mediasi pelanggan Alfamidi di Kota Palu.

Kata Kunci: Potongan Harga, Pembelian Impulsif, Emosi Positif